

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha saat ini memasuki persaingan yang sulit sebab banyak perusahaan-perusahaan yang baru berdiri dan adanya tuntutan penggunaan teknologi yang semakin canggih terlebih didorong oleh adanya globalisasi yang telah disetujui oleh negara-negara di dunia. Persaingan tidak hanya terjadi karena perusahaan pesaing dari dalam negeri saja, tetapi juga dari luar negeri.

Keadaan ini mendorong pemasaran untuk memelihara konsumen yang telah dimiliki serta mencari konsumen-konsumen yang baru, yang diharapkan juga menjadi konsumen yang setia bagi perusahaan di masa mendatang. Kesetiaan konsumen di masa mendatang dapat dianggap sebagai aktiva perusahaan di masa mendatang, karena hal ini yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang.

Pentingnya konsumen bagi perusahaan, menuntut perusahaan dalam hal ini bagian pemasaran untuk berusaha memahami bagaimana perilaku konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan seperti yang diharapkan konsumen. Bila konsumen merasa harapan dan keinginannya telah terpenuhi oleh perusahaan, hal inilah yang menyebabkan perusahaan dapat memelihara hubungan baiknya dengan konsumen.

Perilaku konsumen yang dihadapi perusahaan tidak bersifat stabil atau tetap, melainkan berubah-ubah, sehingga perusahaan harus cepat tanggap terhadap perubahan yang ada untuk menyesuaikan dengan strategi yang dilakukan agar konsumen dapat terpenuhi harapan dan keinginannya, sehingga kepuasan dapat dicapai. Untuk menyesuaikan terhadap perilaku konsumen yang berubah-ubah, perusahaan harus melakukan pemahaman terhadap motivasi konsumen. Dengan memahami motivasi konsumen, perusahaan dapat memahami mengapa konsumen berperilaku tertentu, sehingga perusahaan dalam hal ini pemasaran dapat menyusun rangsangan pemasaran yang baik.

1.2. Pokok Bahasan

Pokok bahasan yang disajikan pada makalah ini adalah:

1. Mengapa perilaku konsumen perlu dipahami dengan baik oleh perusahaan?
2. Faktor-faktor atau kondisi apa saja yang mendorong perilaku konsumen berubah-ubah?
3. Bagaimana memahami motivasi konsumen untuk memprediksi perilaku konsumen di masa mendatang?

1.3. Tujuan Pembahasan

Tujuan yang diharapkan dapat dicapai dalam pembahasan ini adalah:

1. Untuk mengetahui mengapa perilaku konsumen perlu dipahami dengan baik oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor atau kondisi apa saja yang mendorong perilaku konsumen berubah-ubah.
3. Untuk memahami motivasi konsumen untuk prediksi perilaku konsumen di masa mendatang.